

## ABSTRAK

Di era modern saat ini, kebanyakan orang lebih memilih makanan cepat saji selain untuk konsumsi sehari-hari juga untuk berwisata kuliner bersama keluarga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Nasi Goreng 69 di Royal Plaza.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada Nasi Goreng 69 di Royal Plaza. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *non probability sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi alat bantu SPSS (*Statistic Product And Service Solution*).

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk, promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada outlet makan cepat saji Nasi Goreng 69 di Royal Plaza.

**Kata kunci :** Inovasi Produk, Promosi, Lokasi Dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

In this modern era, mostly people prefer to have Fast Food either for their daily consumption of family culinary tourism. Therefore, this research aimed to find out the effect of product innovation, promotion and location on customers' buying decision of Fast Food outlet (69 Fried Rice) at Royal Plaza.

The research was quantitative. While, the data were primary. Moreover, the population was customers who had ever eaten at 69 Fried Rice Royal Plaza. Furthermore, the data collection technique used non-probability sampling with questionnaires as the instrument. In line with, there were 98 respondents as sample. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistic Product and Service Solution).

The research result concluded innovation had negative and significant effect on customers' buying decision. Likewise, product, promotion, as well as location had negative and significant effect on customers' buying decision of Fast Food outlet (69 Fried Rice) at Royal Plaza.

**Keywords:** Product Innovation, Promotion, Location, Buying Decision



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is made on this day 25/2/2020

M. Faisal, S.Pd., M.Pd

STIESIA Language Center  
Menur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia